

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Servicestudie: Schüleraustausch-Organisationen 2024



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 18. September 2024

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey
Nachhaltigkeit	Freiwilliger Beitrag für Klima und Natur, MoorFutures-Klimaschutzprojekte

Das Marktforschungsinstitut Beirat

Der Beirat unterstützt die unabhängige Arbeit und die strategische Weiterentwicklung des DISQ.



Brigitte Zypries
Beiratsvorsitzende
Ex-Bundesministerin
für Wirtschaft und
Energie, davor lang-
jährige Bundesjustiz-
ministerin



Prof. Dr. Michel Clement
Inhaber des Lehrstuhls für
Marketing & Medien am
Institut für Marketing der
Universität Hamburg



Jochen Dietrich
Journalist und Experte
für die Wirtschaftsmagazine des Nachrichten-
senders ntv



Judith Klose
Vice President Media &
Marketing beim digitalen
Markt- und Meinungsfor-
schungsunternehmen Civey

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

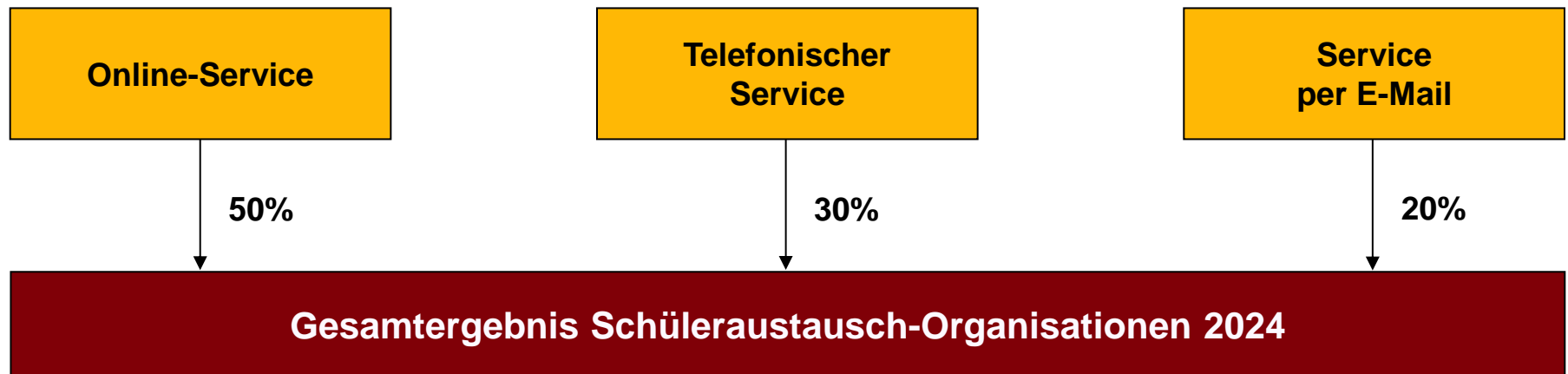
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	6
2. Fazit	8
3. Die besten Unternehmen	9
4. Gesamtergebnis	10
Ergebnis Schüleraustausch-Organisationen kommerziell	13
Ergebnis Schüleraustausch-Organisationen gemeinnützig	15
5. Stärken und Schwächen der Branche	17
Online-Service	18
Telefonischer Service	19
Service per E-Mail	20
6. Methodik	21
Anhang	35

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	24 Schüleraustausch-Organisationen (16 kommerzielle und acht gemeinnützige Organisationen)
Studienzeitraum	Mai bis August 2024
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service
Serviceanalyse	<p>Mystery-Tests, insgesamt 744 Servicekontakte (31 je Anbieter)</p> <ul style="list-style-type: none">■ 264 Analysen des Online-Service:<ul style="list-style-type: none">■ 24 Analysen der Internetauftritte■ 240 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)■ 240 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)■ 240 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Open Door International e.V.	Travel Works	Partnership International
Ergebnis Schüleraustausch-Organisationen kommerziell	Travel Works	AIFS Educational Travel	Treff Sprachreisen
Ergebnis Schüleraustausch-Organisationen gemeinnützig	Open Door International e.V.	Partnership International	Carl Duisberg Centren
Online-Service	Open Door International e.V.	Travel Works	Experiment e.V.
Telefonischer Service	Open Door International e.V.	Camps International	YFU
Service per E-Mail	DRK Volunta	AIFS Educational Travel	Partnership International

4. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Schüleraustausch-Organisationen			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Open Door International e.V.	79,0	gut
2	Travel Works	76,7	gut
3	Partnership International	75,0	gut
4	AIFS Educational Travel	73,4	gut
5	Carl Duisberg Centren	73,3	gut
6	Treff Sprachreisen	73,0	gut
7	Ayusa-Intrax	72,2	gut
8	Do it Education	71,6	gut
9	IST	71,3	gut
10	DRK Volunta	70,7	gut
11	Experiment e.V.	70,6	gut
12	AFS	70,6	gut
13	YFU	70,5	gut
14	ISKA	69,7	befriedigend
15	Xplore	68,0	befriedigend
16	DFSR	66,8	befriedigend
17	Stepin	66,2	befriedigend
18	Camps International	65,3	befriedigend
19	HiCo	62,1	befriedigend
20	Kulturwerke Deutschland	59,1	ausreichend
21	IE International Experience	57,7	ausreichend
22	GLS Sprachenzentrum	56,6	ausreichend
23	Rotary Jugenddienst Deutschland	52,5	ausreichend
24	Switch You	49,3	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	67,5	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Schüleraustausch-Organisationen			Online-Service		Telefonischer Service		Service per E-Mail	
100%			50%		30%		20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Open Door International e.V.	79,0	1	80,8	1	77,5	5	76,8
2	Travel Works	76,7	2	78,2	4	73,8	4	77,3
3	Partnership International	75,0	7	74,7	5	73,4	3	78,1
4	AIFS Educational Travel	73,4	9	73,2	10	70,6	2	78,1
5	Carl Duisberg Centren	73,3	6	75,0	11	69,6	7	74,6
6	Treff Sprachreisen	73,0	8	74,3	13	68,9	6	75,6
7	Ayusa-Intrax	72,2	5	75,0	16	66,5	8	73,8
8	Do it Education	71,6	12	72,2	8	72,6	14	68,5
9	IST	71,3	10	73,1	12	69,6	13	69,2
10	DRK Volunta	70,7	15	69,0	17	66,4	1	81,3
11	Experiment e.V.	70,6	3	78,0	14	67,8	22	56,2
12	AFS	70,6	11	72,8	15	67,7	11	69,4
13	YFU	70,5	17	68,0	3	75,1	9	70,0
14	ISKA	69,7	16	68,5	6	73,0	15	67,9
15	Xplore	68,0	19	64,5	7	72,8	10	69,6
16	DFSR	66,8	4	75,5	21	50,8	12	69,3
17	Stepin	66,2	18	67,8	19	63,0	18	67,2
18	Camps International	65,3	21	58,4	2	75,7	19	66,9
19	HiCo	62,1	22	58,3	18	66,1	20	65,4
20	Kulturwerke Deutschland	59,1	24	55,2	20	62,9	21	63,0
21	IE International Experience	57,7	20	60,3	22	46,9	17	67,3
22	GLS Sprachenzentrum**	56,6	14	70,5	9	71,1	24	0,0
23	Rotary Jugenddienst Deutschland	52,5	23	55,5	23	45,7	23	55,3
24	Switch You***	49,3	13	71,5	24	0,0	16	67,8
	Branche (Mittelwert)	67,5		69,6		64,5		67,0

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

** Das Unternehmen beantwortete im Testzeitraum weniger als die Hälfte der E-Mail-Anfragen. Der Service per E-Mail wurde deshalb mit null Punkten bewertet..

*** Das Unternehmen nahm im Testzeitraum weniger als die Hälfte der Telefonanrufe an. Der Telefonische Service wurde deshalb mit null Punkten bewertet.

4. Ergebnis

Schüleraustausch-Organisationen kommerziell

Ergebnis Schüleraustausch-Organisationen kommerziell			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Travel Works	76,7	gut
2	AIFS Educational Travel	73,4	gut
3	Treff Sprachreisen	73,0	gut
4	Ayusa-Intrax	72,2	gut
5	Do it Education	71,6	gut
6	IST	71,3	gut
7	DRK Volunta	70,7	gut
8	ISKA	69,7	befriedigend
9	Xplore	68,0	befriedigend
10	DFSR	66,8	befriedigend
11	Stepin	66,2	befriedigend
12	Camps International	65,3	befriedigend
13	HiCo	62,1	befriedigend
14	Kulturwerke Deutschland	59,1	ausreichend
15	GLS Sprachenzentrum	56,6	ausreichend
16	Switch You	49,3	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	67,0	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Ergebnis

Schüleraustausch-Organisationen kommerziell

Ergebnis Schüleraustausch-Organisationen kommerziell			Online-Service		Telefonischer Service		Service per E-Mail	
100%			50%		30%		20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Travel Works	76,7	1	78,2	2	73,8	3	77,3
2	AIFS Educational Travel	73,4	5	73,2	7	70,6	2	78,1
3	Treff Sprachreisen	73,0	4	74,3	9	68,9	4	75,6
4	Ayusa-Intrax	72,2	3	75,0	10	66,5	5	73,8
5	Do it Education	71,6	7	72,2	5	72,6	9	68,5
6	IST	71,3	6	73,1	8	69,6	8	69,2
7	DRK Volunta	70,7	10	69,0	11	66,4	1	81,3
8	ISKA	69,7	11	68,5	3	73,0	10	67,9
9	Xplore	68,0	13	64,5	4	72,8	6	69,6
10	DFSR	66,8	2	75,5	15	50,8	7	69,3
11	Stepin	66,2	12	67,8	13	63,0	12	67,2
12	Camps International	65,3	14	58,4	1	75,7	13	66,9
13	HiCo	62,1	15	58,3	12	66,1	14	65,4
14	Kulturwerke Deutschland	59,1	16	55,2	14	62,9	15	63,0
15	GLS Sprachenzentrum**	56,6	9	70,5	6	71,1	16	0,0
16	Switch You***	49,3	8	71,5	16	0,0	11	67,8
	Branche (Mittelwert)	67,0		69,1		64,0		66,3

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

** Das Unternehmen beantwortete im Testzeitraum weniger als die Hälfte der E-Mail-Anfragen. Der Service per E-Mail wurde deshalb mit null Punkten bewertet..

*** Das Unternehmen nahm im Testzeitraum weniger als die Hälfte der Telefonanrufe an. Der Telefonische Service wurde deshalb mit null Punkten bewertet.

4. Ergebnis

Schüleraustausch-Organisationen gemeinnützig

Ergebnis Schüleraustausch-Organisationen gemeinnützig			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Open Door International e.V.	79,0	gut
2	Partnership International	75,0	gut
3	Carl Duisberg Centren	73,3	gut
4	Experiment e.V.	70,6	gut
5	AFS	70,6	gut
6	YFU	70,5	gut
7	IE International Experience	57,7	ausreichend
8	Rotary Jugenddienst Deutschland	52,5	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	68,6	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Ergebnis

Schüleraustausch-Organisationen gemeinnützig

Ergebnis Schüleraustausch-Organisationen gemeinnützig			Online-Service		Telefonischer Service		Service per E-Mail	
100%			50%		30%		20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Open Door International e.V.	79,0	1	80,8	1	77,5	2	76,8
2	Partnership International	75,0	4	74,7	3	73,4	1	78,1
3	Carl Duisberg Centren	73,3	3	75,0	4	69,6	3	74,6
4	Experiment e.V.	70,6	2	78,0	5	67,8	7	56,2
5	AFS	70,6	5	72,8	6	67,7	5	69,4
6	YFU	70,5	6	68,0	2	75,1	4	70,0
7	IE International Experience	57,7	7	60,3	7	46,9	6	67,3
8	Rotary Jugenddienst Deutschland	52,5	8	55,5	8	45,7	8	55,3
	Branche (Mittelwert)	68,6		70,6		65,5		68,5

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

6. Methodik

Hintergrund der Studie

Über Grenzen schauen, neue Erfahrungen machen, die Welt kennenlernen – all dies kann man als junger Mensch am besten bei einem Schüleraustausch. Schüleraustauschprogramme sind die ideale Gelegenheit, Kulturen und fremde Länder aus einer Perspektive zu erleben, die einem als Tourist oftmals verborgen bleibt. Eine andere Schule, die Fremdsprache, ein anderes Umfeld und das ländercharakteristische Essen ermöglichen es Jugendlichen Neues kennenzulernen und soziale Kontakte im Austauschland zu knüpfen. Kein Wunder also, dass sich die hiesigen Austauschprogramme großer Beliebtheit bei vielen jungen Menschen erfreuen. Nach einer Weltweiser-Studie aus dem Jahre 2022 nahmen selbst in den Corona-Jahren 2020/2021 rund 5.100 deutsche Schülerinnen und Schüler an einem solchen Austausch teil.* Dieser Wert sollte sich laut Branchenexperten mittlerweile wieder etwas normalisiert haben, sodass in den Jahren nach der Pandemie von etwa 12.000 Teilnehmenden aus Deutschland an einem Austauschprogrammen im Ausland auszugehen ist.**

Um aus Interessentensicht festzustellen, welche Schüleraustausch-Organisation einen nutzerfreundlichen Online-Service sowie einen guten Service am Telefon und per E-Mail bieten, wurde im Rahmen dieser Studie eine umfangreiche Analyse bedeutender Anbieter für Schüleraustauschprogramme vorgenommen. Ziel dieser Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität war daher, die Organisationen mit dem besten Service zu identifizieren.

* Vgl. Weltweiser (2022): Weltweiser-Studie - Schüleraustausch High School Auslandsjahr. Online unter: https://weltweiser.de/wp-content/uploads/2022/03/weltweiser-studie-2022_schueleraustausch_high-school_auslandsjahr_neu.pdf (letztes Abrufdatum: 13.08.2024)

** Vgl. Zeit Online (2024): Austausch für alle! Seit Corona gehen weniger Jugendliche während der Schulzeit ins Ausland. Das ist ein Problem – auch für die Demokratie. Online unter: <https://www.zeit.de/2024/07/schueleraustausch-pandemie-demokratie-bildung> (letztes Abrufdatum: 13.08.2024).

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Untersucht wurden sowohl gemeinnützige als auch kommerzielle Organisationen, die als Grundvoraussetzung einen einjährigen Schüleraustausch an einer öffentlichen bzw. staatlichen High-School in den USA anbieten und bei denen die Austauschschüler währenddessen bei einer Gastfamilie und somit nicht in einem Internat wohnen. Berücksichtigung fanden die Anbieter, die neben den USA mindestens zwei weitere Zielländer im Programm anbieten. Die Vorauswahl potenzieller Testkandidaten erfolgte über eine umfangreiche Internetrecherche. Hierbei standen verschiedene branchenrelevante Online-Auftritte im Fokus.*

In das Untersuchungssample wurden die Organisationen aufgenommen, die in den Primärquellen Bildungsberatungsdienst Weltweiser** und Schüleraustausch.net*** genannt werden. Auch Schüleraustausch-Organisationen, die in mindestens einer der Primärquellen Berücksichtigung fanden und zugleich Mitglied des Deutschen Fachverbandes High School e.V. DFH**** oder des Arbeitskreises gemeinnütziger Jugendaustausch (AJA)***** sind, qualifizierten sich für das Sample der Studie.

* u.a. Schueleraustausch.net, Schueleraustausch.de, Schüleraustausch-Portal.de, Auslandsjahr.org, Weltweiser.de, Internetauftritte des DFH sowie AJA.

** Vgl. weltweiser.de: Austauschorganisationen. Online unter: <https://weltweiser.de/austauschorganisationen/> (Abrufdatum 01.05.2024)

*** Vgl. Schueleraustausch.net: Schüleraustausch Organisationen. Online unter: <https://www.schueleraustausch.net/organisationen> (Abrufdatum: 01.05.2024).

**** Vgl. Deutsche Fachverband High School e.V. (DFH): Mitglieder. Online unter: <https://dfh.org/mitglieder/> (Abrufdatum: 01.05.2024).

***** Vgl. Arbeitskreis gemeinnütziger Jugendaustausch (AJA): Die Mitgliedsorganisationen des AJA. Online unter: <https://aja-org.de/organisationen-stellen-sich-vor/> (Abrufdatum: 01.05.2024).

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Die Untersuchung umfasste folgende 24 Organisationen (in alphabetischer Reihenfolge):

- AFS*
- AIFS Educational Travel
- Ayusa-Intrax
- Camps International
- Carl Duisberg Centren*
- DFSR
- Do it Education
- DRK Volunta
- Experiment e.V.*
- GLS Sprachenzentrum
- HiCo
- IE International Experience*
- ISKA
- IST
- Kulturwerke Deutschland
- Open Door International e.V.*
- Partnership International*
- Rotary Jugenddienst Deutschland*
- Stepin
- Switch You
- Travel Works
- Treff Sprachreisen
- Xplore
- YFU*

* Bei dieser Organisation handelt es sich um eine gemeinnützige Organisation.

6. Methodik

Serviceanalyse – Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen rund um das Thema Schüleraustausch. Diese Rollenspiele kamen bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Alle Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Versicherung und Abbruch des Schüleraustauschs
- Benötigter Notenschnitt für High-School-Jahr in den USA
- Staatliche Förderung
- Freizeitkosten
- Teilnahmemöglichkeit für Kinder auf der Realschule
- Ablauf des Bewerbungsprozesses
- Auswahl und Wechsellmöglichkeit der Gastfamilie
- Bedeutung von GPA (Grade Point Average)
- Finanzierungsmöglichkeiten

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Online-Service		100,0%
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
Internetanalyse		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen		50,0%
Übersicht der angebotenen Zielländer	2,0%	
Informationen zum Bewerbungsablauf/Anmeldeverfahren	2,0%	
Informationen zur Bewerbungs-/Anmeldefrist	2,0%	
Informationen zu Teilnahme-Voraussetzungen (z. B. Alter, Notenschnitt, Sprachkenntnisse)	2,5%	
Preisübersicht (allgemein)	2,0%	
Darstellung zur Preiszusammensetzung	1,5%	
Information zu notwendigen Versicherungen	2,0%	
Informationen zur Vergabe von Stipendien	2,0%	
Informationen zum Auswahlprozess der Gastfamilie	2,5%	
Informationen zur Betreuung vor Ort	2,0%	
Informationen für Eltern	2,0%	
Informationen zu Einreisebestimmungen (z. B. Visum, Schutzimpfungen etc.)	1,5%	
Informationen zu (Online-)Veranstaltungen/Messen	1,5%	
Download von Informationsmaterial	1,5%	
Online-Bewerbung/Anmeldung möglich	1,0%	
Allgemeine Informationen zum Gastland	1,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)	
Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)	
Informationen zum Bildungssystem im Gastland	1,0%
Informationen zum Programmablauf vor Ort im Gastland	1,0%
Allgemeine Informationen zur Partnerschule	1,0%
Checklisten (z. B. Aufgaben vor Reiseantritt)	1,0%
Erfahrungsberichte ehemaliger Austauschschüler (z. B. in Community/Blog)	2,0%
Anzahl Klicks bis zur Länderübersicht	5,0%
Anzahl Klicks bis zur Bewerbungs-/Anmeldefrist	5,0%
Anzahl Klicks bis zur Preisübersicht	5,0%

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	2,5%	
Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	2,5%	
Newsletter	2,5%	
Mobiloptimierte Website	2,5%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	5,0%	
Kontaktinformationen		20,0%
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	3,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, Skype, WhatsApp)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung Internet		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
Inhalte		50,0%
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Telefonischer Service		100,0%
Beratungskompetenz		30,0%
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Beratung	4,0%	
Individuelle Beratung	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	4,0%	
Lösungsqualität		20,0%
Gezielte Bedarfsanalyse	5,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	5,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	2,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	4,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Telefonischer Service (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Vollständige Meldeformel	1,5%	
Positive Gesprächseröffnung	1,5%	
Namensansprache	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,5%	
Interaktionsqualität	2,5%	
Freundlichkeit	4,0%	
Motivation	3,0%	
Akustische Verständlichkeit	1,5%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
Beratungserlebnis		10,0%
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Service per E-Mail	100,0%	
Beratungskompetenz		35,0%
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Darstellung	4,0%	
Individuelle Antworten	6,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,5%	
Souveränität	4,5%	
Orthografisch und grammatikalisch fehlerfreie Antwort	3,0%	
Lösungsqualität		20,0%
Bedarfsgerechte Antworten	6,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Konsistente Darstellung	1,0%	
Relation Antwortumfang und -ergebnis	4,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	5,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Betreffzeile entspricht Ursprungsanfrage	1,0%	
Anfragetext in Antwort enthalten	1,5%	
Positiver Einstieg	1,0%	
Anrede mit Namen	2,0%	
Dank für die Kontaktaufnahme	2,0%	
Freundlichkeit der Antwort	3,0%	
Optische Gestaltung	2,0%	
Positive Formulierungen	2,0%	
Aktives Gesprächsangebot	1,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Nennung wichtiger Kontaktdaten	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zusendung einer Empfangsbestätigung	3,0%	
Eingegangene Antwort	7,0%	
Dauer bis zum Erhalt der Antwort	7,0%	
Zusendung einer Antwort in 24 Stunden	3,0%	
Beratungserlebnis		5,0%
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

6. Methodik

Getestete Kontaktkanäle

Teil 1/2:

Unternehmen	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse
AFS	www.afs.de	040 3992220	info@afs.de / Kontaktformular
AIFS Educational Travel	www.aifs.de	0228 957300 / 0228 95760400	info@aifs.de / highschool@aifs.de / Kontaktformular
Ayusa-Intrax	www.intrax.de	030 8439390 / 030 84393993 / 0800 2255298	info@intrax.de / highschool@intrax.de
Camps International	https://camps.de	040 822123840	info@camps.de / Kontaktformular
Carl Duisberg Centren	www.carl-duisberg-schueleraustausch.de	0221 1626266 / 0221 1626207	info@cdc.de / highschoolinfo@cdc.de / regionale Kontakte* / Kontaktformular
DFSR	www.dfsr.de	0621 39187908	info@dfsr.de / Kontaktformular
Do it Education	www.doiteducation.de	040 42937444	info@doiteducation.de
DRK Volunta	www.volunta-xchange.de	0611 97501116 / 0611 95249000	info@volunta.de / kontakt@volunta.de
Experiment e.V.	www.experiment-ev.de	0228 957220	info@experiment-ev.de
GLS Sprachenzentrum	www.gls-sprachenzentrum.de	030 78008970 / 030 78008980	info@gls-sprachenzentrum.de
HiCo	https://hico-education.de	06251 5850688	info@hico-education.de
IE International Experience	www.international-experience.net	02246 915490	info@international-experience.net

* Bei dieser Schüleraustausch-Organisation standen mehrere Service-Center zur Verfügung. Daher erfolgten die Tests teilweise über regionale Standorte.

6. Methodik

Getestete Kontaktkanäle

Teil 2/2:

Unternehmen	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse
ISKA	https://iska-auslandsjahr.com	069 9784720	kontakt@iska.de / info@iska.de
IST	www.sprachreisen.de	06221 89000 / 06221 8900124	info@sprachreisen.de / Kontaktformular
Kulturwerke Deutschland	www.kulturwerke-deutschland.de	0211 70048560	info@kulturwerke-deutschland.de
Open Door International e.V.	www.opendoorinternational.de	0221 60608550	info@opendoorinternational.de / Kontaktformular
Partnership International	www.partnership.de	0221 9139733	office@partnership.de / Kontaktformular
Rotary Jugenddienst Deutschland	www.rotary-austausch.de	06023 999860	hallo@rotary-austausch.de
Stepin	www.stepin.de	0228 710050	info@stepin.de / Kontaktformular
Switch You	www.switch-you.eu	07621 5102260	info@switch-you.eu / Kontaktformular
Travel Works	www.travelworks.de	02506 83030	info@travelworks.de
Treff Sprachreisen	www.treff-sprachreisen.de	07121 6966960	info@treff-sprachreisen.de / Kontaktformular
Xplore	www.xplore.de	040 42933600	Kontaktformular
YFU	www.yfu.de	040 227002	info@yfu.de / Kontaktformular
Testzeitraum	15. Mai - 17. Juli 2024	15. Mai - 23. Juli 2024	16. Mai - 18. Juli 2024

	Seite
A. Test-Erlebnisse	36
Positiv	36
Negativ	37
B. Online-Service	38
C. Telefonischer Service	39
D. Service per E-Mail	40
E. Allgemeine Methodik (Servicetests)	41
F. Nachhaltigkeit	43

E. Allgemeine Methodik

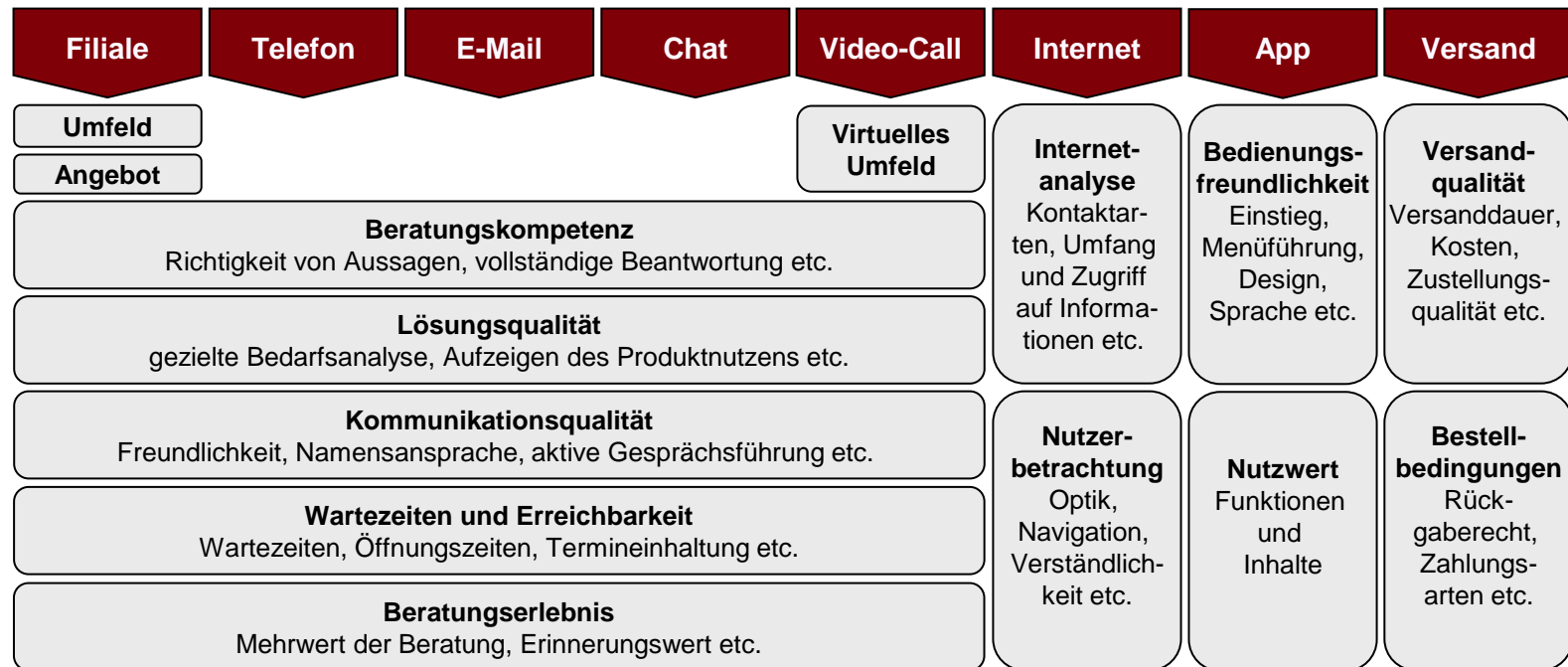
Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, App, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

E. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:

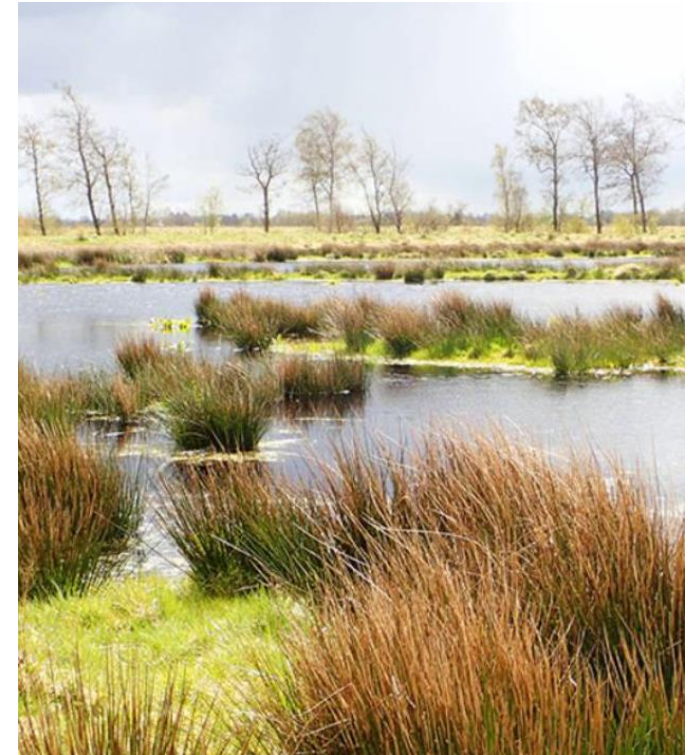


- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

F. Nachhaltigkeit

Unser Beitrag zum globalen Klimaschutz

- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Seit 2020 kontinuierliches Umwelt-Engagement durch Beteiligung an Klimaschutzprojekten
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung von Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung beim DISQ
- Jährliche Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ mit unabhängigem myclimate-Rechner
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in Klimaschutzprojekte, etwa zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein (CO₂-Zertifikate von MoorFutures)
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein

Fotoquelle: myclimate